L'ENTREPRENEURIAT VERT : QUELQUES REFLEXIONS POUR UNE EXTENSION DU CONCEPT

Par

Morad NADI

Chercheur en Sciences de Gestion, Groupe de recherche sur les entreprises familiales et les stratégies des organisations (GREFSO), Université Cadi Ayyad, Marrakech- Maroc.

&

Abdelaziz ELABJANI

Professeur à la FSJES, Groupe de recherche sur les entreprises familiales et les stratégies des organisations (GREFSO), Université Cadi Ayyad, Marrakech – Maroc.

Résumé:

La problématique de la relation entre l'entreprise et l'environnement naturel est présentée dans la littérature comme un domaine controversé, certains chercheurs n'ont pas cessé d'accumuler les arguments pour prouver une relation positive entre l'intégration de l'environnement et la performance de l'entreprise, alors que d'autres confirment plutôt l'approche classique, qui considère la pollution comme une externalité négative dont la prise en compte entraîne des effets négatifs sur la performance de l'entreprise. Ce débat a légitimé l'émergence de la conception entrepreneuriale afin de contribuer à dépasser les controverses théoriques actuelles, en montrant que l'intégration de l'environnement naturel est une affaire risquée, dont les résultats sont incertains, qui nécessite un processus entrepreneurial. Dans ce sens s'est construit notre objet de recherche visant à étendre le concept de l'entrepreneuriat vert afin de surmonter quelques limites du cadre théorique existant. La conception entrepreneuriale de l'environnement naturel nous a permis de proposer un continuum qui illustre les différents niveaux d'intégration de l'environnement naturel à travers la capacité de l'entreprise à déclencher et réussir un processus entrepreneurial vert.

Mots clés : environnement naturel, conception entrepreneuriale, entrepreneuriat vert, continuum.

Abstract

The problem of the relationship between the company and the natural environment is presented in the literature as a controversial field, some researchers have not stopped accumulating arguments to prove a positive relationship between the integration of the environment and the company's performance, while others confirm the traditional approach, which considers pollution as a negative externality, the consideration of which has a negative impact on the company's performance. This debate has legitimized the emergence of entrepreneurial design to help overcome the current theoretical controversies, showing that the integration of the natural environment is a risky business, whose results are uncertain, which requires an entrepreneurial process. In this sense we have built our research object to extend the concept of green entrepreneurship to overcome some limitations of the existing theoretical framework. The entrepreneurial conception of the natural environment has allowed us to propose a continuum that illustrates the different levels of integration of the natural environment through the company's ability to trigger and succeed in a green entrepreneurial process.

Keywords: natural environment, entrepreneurial conception, green entrepreneurship, continuum.

Longtemps subordonnée aux besoins de l'activité économique et considérée comme un ensemble de ressources illimitées, la qualité de l'environnement naturel (désormais le terme environnement couvre l'environnement naturel) est devenue une préoccupation collective qui doit être intégrée aux activités productives (Boiral, 2005). Depuis les années 70, on assiste à la constitution de tout un corpus de principes, de lois et de règlements, de guides et de normes cherchant à établir un meilleur équilibre entre les dimensions économiques et écologiques. Dès lors, l'ouverture aux valeurs environnementales et les investissements verts apparaissent, aujourd'hui, comme un enjeu stratégique qui questionne les conceptions traditionnelles.

Cela explique l'intérêt accordé par les chercheurs des sciences de gestion pour l'étude de la réalité environnementale dans le monde de l'entreprise. Par conséquent, la multiplication des travaux scientifiques traitant ce sujet a favorisé l'émergence de plusieurs paradigmes et approches.

En s'inscrivant dans une perspective chronologique dans la revue de la littérature consacrée à l'engagement environnemental des entreprises, nous avons constaté l'apparition d'un ensemble des concepts qui ont permis de mieux comprendre ce phénomène: opportunité (Schneider-Maunoury, 2000 ; Reynaud et Rollet, 2001; Persaix, 2002; Boiral, 2005), innovation (Boiral, 2005), pro-activité (Brulhart ; Gherra, 2012) et création de valeur (Schneider-Maunoury, 2000 ; Reynaud et Rollet, 2001; Persaix, 2002).

Ces constats exigent de se référer au concept de l'entrepreneuriat qui est généralement défini en termes de création d'entreprise ou de renouvellement d'entreprise (Bygrave & Hofer, 1991), d'autre définition proposée dans la littérature, suffisamment large, le conçoit comme la recherche active de nouvelles opportunités (Stevenson & Jarillo, 1990).

La confrontation des résultats de la recherche sur l'engagement environnemental avec le concept de l'entrepreneuriat nous a permis de poser la question de recherche suivante:

Dans quelle mesure le concept de l'entrepreneuriat pourrait favoriser la compréhension de l'intégration de l'environnement par l'entreprise ?

Parallèlement avec le développement de la recherche scientifique sur l'engagement environnemental, l'entrepreneuriat vert émerge comme un domaine de recherche en sciences de gestion à partir des années 90. Ce concept suscite un intérêt qui se manifeste d'un côté par le nombre croissant de documents sur le sujet et d'autre part, l'abondance des termes employés pour le désigner. Les termes suivants figurent parmi les plus couramment utilisés : éco-entrepreneuriat, éco-preneuriat, entrepreneuriat environnemental, entrepreneuriat durable, entrepreneuriat écologique (OCDE, 2011). Le développement de ces concepts fait paraitre notre première question de recherche un peu évidente et dépassée et nous interpelle à changer de perspective.

D'après Volery (2002), Il existe deux types d'éco-preneurs :

-les entrepreneurs conscients de l'environnement, qui mettent au point, tout type d'innovation (produit, service, procédé) susceptible de diminuer les ressources utilisées et l'impact sur l'environnement ou d'améliorer le rapport coût-efficacité tout en se fixant un objectif de zéro déchet;

-les entrepreneurs verts, qui sont conscients des questions liées à l'environnement et qui exercent leur activité sur un marché environnemental, ce type d'entrepreneurs recherchent les possibilités axées sur l'environnement qui présentent des perspectives de bénéfices intéressantes.

Gerlach (2003) distingue trois approches conceptuelles de l'éco-entrepreneuriat:

- une perspective stratégique qui conçoit les activités éco-entrepreneuriales comme des sources d'avantage compétitif pour les organisations. Selon cette perspective, les éco-entrepreneurs sont les acteurs capables de reconnaître, de créer et d'exploiter, des opportunités stratégiques issues d'innovations environnementales.

- une perspective cognitive qui interroge la manière d'identifier les opportunités de nature environnementale afin de les encourager.

- une perspective socio-historique qui défend l'idée que l'éco-entrepreneuriat est un instrument au service du changement sociétal. Cette approche interroge directement le rôle joué par l'éco-entrepreneuriat dans la société.

Dans la littérature croisant l'entrepreneuriat et l'environnement, deux courants sont visibles. Le premier lie l'entrepreneuriat vert à l'industrie verte et aux activités purement environnementales, et l'autre va au-delà et montre l'existence des opportunités environnementales, quel que soit le secteur en question. Mais, dans les discours des praticiens, politiciens et les rapports des ONG, c'est la première conception qui domine. La liaison de l'entrepreneuriat vert au secteur purement environnemental nous a apparu réductrice et au détriment de la compréhension de la réalité environnementale.

Par conséquent, le croisement de la littérature sur l'engagement environnemental avec l'évolution du concept de l'entrepreneuriat vert nous a inspiré l'idée d'un continuum qui représente les différents niveaux d'intégration de l'environnement sous la conception de l'entrepreneuriat vert ; dans ce sens nous avons posé notre nouvelle question de recherche.

En se référant à une conception large de l'entrepreneuriat, dans quelle mesure le concept de l'entrepreneuriat vert ou environnemental pourrait couvrir la réalité environnementale et expliquer l'intégration de l'environnement ?

L'objectif de notre communication, qui a une essence conceptuelle, est de faire appel aux fondements théoriques disponibles dans la littérature ainsi qu'à l'évolution des concepts touchant la réalité environnementale pour voir jusqu'à quel point nous pouvons étendre le concept de l'entrepreneuriat vert (entrepreneuriat vert et entrepreneuriat environnemental sont utilisés comme synonyme) afin qu'il puisse couvrir la réalité environnementale. Nous procédons par une lecture de cette réalité à travers les différents paradigmes de l'entrepreneuriat. Puis, nous allons essayer d'identifier les principaux déterminants qui peuvent intervenir pour favoriser une lecture entrepreneuriale de l'environnement, et expliquer les différents niveaux d'intégration environnementale.

1. Vers une conception entrepreneuriale de l'environnement.

Les réflexions apportées par les chercheurs sur la relation entre l'intégration de l'environnement dans les entreprises et les effets économiques et stratégiques de cette action s'articulent principalement autour de deux conceptions.

La première conception est une approche classique qui considère l'environnement comme contrainte économique et sociétale, et même si la prise en considération de cette contrainte peut générer des avantages, ils ne compensent pas les coûts souvent importants qu'elles impliquent pour l'entreprise. La seconde conception, qui domine depuis le début des années 90 la majorité des publications sur ce thème, repose au contraire sur l'affirmation que les actions pour réduire les impacts sur le milieu naturel sont profitables pour l'entreprise.

L'opposition entre ces deux logiques, qui domine les débats sur les enjeux économiques des actions environnementales, a poussé les chercheurs à creuser dans de nouvelles pistes, ce qui a favorisé l'émergence d'une nouvelle conception, voire un nouveau courant de chercheurs qui conçoit l'environnent comme un processus entrepreneurial.

1.1 Approche classique de l'environnement.

Avant 2000, la prise en compte de l'environnement par les entreprises était presque absente, elle se limitait au respect de la législation. En 1997, Boiral avance que l'engagement environnemental est resté pendant longtemps réactif et motivé par le développement des législations constituant la principale contrainte pouvant compromettre la pérennité et la légitimité sociale de leurs activités. Les principales théories s'inscrivant dans cette approche sont la théorie des parties prenantes et la théorie des externalités négatives et des coûts de dépollution.

La théorie des parties prenantes conçoit l'engagement environnemental comme une décision stratégique qui répond, dans un premier temps, à un objectif de morale (Philips, 2003) en s'intéressant à l'équilibre des intérêts des parties prenantes (Goodpastor, 1991 ; Frooman, 1999). Puis, dans un second temps, c'est une approche stratégique qui se préoccupe de la gestion des intérêts des parties prenantes pour garantir la pérennité de l'entreprise face aux pressions écologiques(législation, ONG, etc.) qui apparaissent comme des contraintes et des coûts susceptibles de menacer la pérennité des organisations (Boiral. 2005). Cela signifie qu'une entreprise ne gérant pas ses relations avec ses parties prenantes de manière appropriée se verrait potentiellement soumise à différentes formes de conflits, de crises et de blocages, allant jusqu'à une remise en question de son droit à l'existence.

La théorie des externalités négatives et des coûts de dépollution constitue le pendant économique de cette perspective (Boiral. 2005). Cette théorie économique classique, conçoit les préjudices environnementaux (problèmes de santé, accélération de la corrosion, pertes de récoltes, détérioration d'un site récréatif ou touristique, épuisement des ressources naturelles, etc.) causés par les activités industrielles comme des externalités négatives, la réaction sociétale à ces externalités se traduit par des pressions environnementales et des normes réglementaires qui vont conduire les entreprises à internaliser ces coûts par des actions visant à réduire les impacts sur le milieu naturel. L'internalisation de ces externalités nécessite des coûts de dépollution, des charges liées en particulier à l'acquisition des équipements environnementaux (épurateurs d'air, filtres, procédés plus propres, etc.) et aux dépenses de fonctionnement (main-d'œuvre, maintenance, entretien, etc.) (Boiral. 2005).

Une autre argumentation plaidant pour cette conception de l'environnement, consiste à affirmer que les entreprises n'ont pas les compétences nécessaires pour gérer des préoccupations qui ne relèvent pas de leur cœur de métier. Toutes les ressources qui vont être consacrées à la protection de l'environnement risquent alors d'être gaspillées et sous-utilisées. Dans cette perspective, l'entreprise doit se concentrer sur son métier et verser une partie de ses résultats à des associations ou des organismes spécialisés dans le traitement d'enjeux sociaux ou environnementaux (Hollandts , Valiorgue,2011).

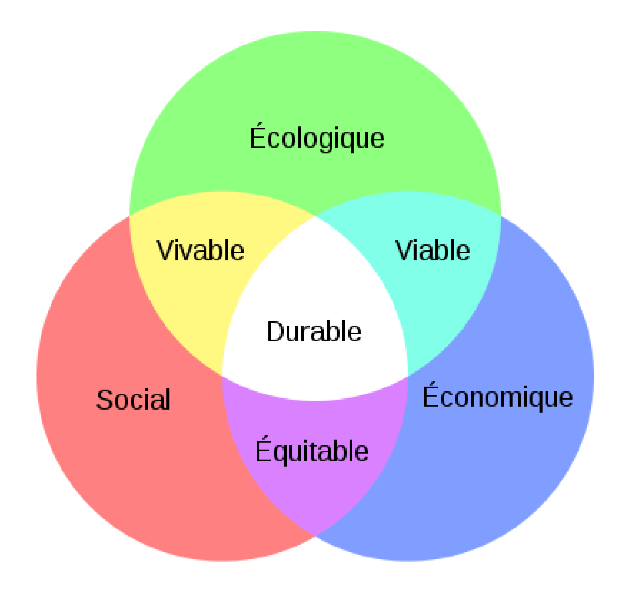
Selon cette approche, la multiplication de la rhétorique du « Win-Win » dans les discours des gouvernements et des ONG ainsi que dans les études récentes sur le management environnemental, est en grande partie irréaliste et risque de conduire à des choix coûteux pouvant sérieusement hypothéquer la compétitivité des entreprises.

Basé sur une relation conflictuelle entre la performance de l'entreprise et l'environnement, le modèle classique a été largement contesté, depuis la fin des années 80, par plusieurs chercheurs qui se sont attachés à démontrer les bénéfices de l'intégration de l'environnement dans les entreprises (Boiral, 2005).

1.2 Approche basée sur le développement durable.

À partir du début des années 90, de nombreux travaux se sont attachés à promouvoir la mise en œuvre des stratégies environnementales centrées sur les principes du développement durable (Boiral, 2005). En 1987, le rapport de la Commission mondiale sur l'Environnement et le Développement, connu sous le nom du rapport Brundtland, le nom de la présidente de la Commission, a défini le développement durable comme « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs». Omniprésent dans le discours des entreprises et des gouvernements depuis la fin des années 80, ce concept a largement contribué à populariser la vision « Win-Win » des relations entre les actions environnementales et les intérêts économiques (Boiral, 2005).

Figure 1 : les trois dimensions du développement durable



S'engager dans une démarche responsable permet tout d'abord de minimiser les coûts implicites liés à des actions irresponsables qui peuvent potentiellement générer d'importants coûts explicites (pour réparer par exemple des effets externes négatifs) (Hollandts , Valiorgue, 2011). Selon Porter, l'un des premiers à remettre en cause le postulat traditionnel du lien négatif entre actions environnementales et compétitivité des entreprises, le développement de la réglementation environnementale appelle au contraire des dépenses et des transformations susceptibles d'alourdir les coûts. Cependant, la réponse à ces contraintes entraîne également des efforts d'innovation afin d'améliorer les procédés, d'utiliser de façon plus efficiente les intrants et de trouver de nouveaux débouchés pour les sous-produits de la production. Porter estime que les bénéfices résultant de ces mesures excèdent le plus souvent leurs coûts.

Les travaux défendant cette conception ont permis de démontrer divers avantages pouvant découler des initiatives environnementales : économies de matières et d'énergie, réduction des coûts de traitement des contaminants et des frais d'enfouissement des déchets, amélioration de l'image de l'entreprise, amélioration des procédés, innovations technologiques, etc. (Boiral, 2005). Hollandts et Valiorgue (2011) confirment que les entreprises engagées dans des démarches responsables bénéficient également d'une meilleure image auprès du public, ceci améliore les rendements et l'efficacité des budgets de communication et permet de différencier positivement ces entreprises par rapport à leurs concurrents moins impliqués dans ce type de démarche. En effet, les tenants de cette approche positive des effets de la responsabilité environnementale sur la performance de l'entreprise n'ont eu de cesse d'accumuler les hypothèses et les preuves empiriques sans arriver à offrir une vision théorique qui fait consensus chez les auteurs.

D'autres chercheurs issus des sciences de gestion suggèrent que l'engagement environnemental ne permet pas toujours d'avoir un impact positif sur la performance (Hollandts, Valiorgue, 2011). Dans cette perspective, ils s'interrogent par rapport à l'existence des facteurs médiateurs internes et externes à l'entreprise qui remettent en cause cette linéarité et qui peuvent expliquer cette relation positive. Boiral (2005) indique que les retombées économiques globales des actions environnementales dépendent du type d'industrie et de la nature des contaminants considérés. Il est clair que, pour des entreprises spécialisées dans le traitement des eaux industrielles par exemple, le développement des préoccupations environnementales constitue une opportunité économique.

Cependant, les études empiriques sur les conséquences économiques des actions environnementales donnant des résultats souvent contradictoires persistent (Boiral, 2005). Certains travaux accréditent l'hypothèse de Porter et l'approche du développement durable alors que d'autres confirment plutôt l'approche classique, qui considère la pollution comme une externalité négative dont la prise en compte entraîne des coûts pouvant remettre en cause la performance des entreprises.

1.3 Vers un nouveau paradigme de l'environnement.

En visant toujours une meilleure compréhension de la réalité environnementale au sein des entreprises, les études et travaux scientifiques se poursuivent, mais à partir des années 2000, la conception de la politique socialement et écologiquement responsable comme source d'opportunités et créatrice de valeur (Schneider-Maunoury, 2000 ; Reynaud et Rollet, 2001; Persaix, 2002) commence à dominer et le débat des chercheurs a dépassé le lien entre l'engagement environnemental et les différentes facettes de la performance pour se pencher

sur les déterminants de l'engagement environnemental et sur les facteurs qui peuvent intervenir pour conditionner la relation positive entre l'intégration de l'environnement et la performance de l'entreprise.

L'idée qu'on peut déduire des travaux sur la réalité environnementale, et qui peut faire un large consensus chez les chercheurs en la matière, est que la relation positive entre l'engagement environnemental et la performance n'est pas évidente, mais au contraire, elle est incertaine. Hollandts et Valiorgue (2011) avancent qu'il est inévitable qu'une entreprise engagée dans une démarche de responsabilité sociale doive fatalement faire face à de nombreuses incertitudes avant d'éventuellement trouver un nouvel équilibre marchand qui va permettre de transférer les coûts générés par la redéfinition du compromis initial. Ces deux auteurs ajoutent que cette incertitude peut être située à au moins trois niveaux (technique, marchand et institutionnel) :

1- Dans les incertitudes techniques et organisationnelles, ce sont les éléments et ressources de l'organisation qui sont questionnés. Faut-il créer une nouvelle organisation ? Quelles ressources doit-on acquérir ? Ces nouvelles ressources vont-elles cohabiter avec les pratiques actuelles de l'organisation? Quel va être l'impact de ces nouvelles ressources sur la performance économique?

2-L'incertitude marchande varie en fonction du secteur d'activité dans lequel opère l'entreprise; cette incertitude se justifie par la difficulté pour l'entreprise d'évaluer a priori la capacité de ses marchés et a valorisé économiquement les efforts qu'elle réalise pour intégrer des valeurs sociétales.

3- Quant à l'incertitude institutionnelle, elle existe dans la mesure où les revendications de la part des parties prenantes et l'émergence des valeurs sociétales sont soumises à des aléas, et certaines attentes de la part de l'entreprise peuvent s'essouffler ou ne pas trouver des supports institutionnels alors qu'elle a effectué des investissements coûteux.

Contrairement à la thèse défendue par McWilliams et Siegel selon laquelle l'engagement des entreprises est le résultat d'un nouvel équilibre entre une offre et une demande de comportements socialement responsables. En 2011, Hollandts et Valiorgue, en analysant un échantillon incluant 90 entreprises françaises cotées sur la période 1999-2009, ont montré que le processus de conversion de valeurs sociétales en valeur marchande n'a rien de mécanique comme le supposent McWilliams et Siegel ; il doit au contraire être associé à un processus entrepreneurial, par définition incertain, par le biais duquel l'entreprise découvre une demande marchande valorisant tout ou partie des efforts accomplis en termes de responsabilité sociale (Daudigeos et Valiorgue 2010). Dans le même sens, d'autres chercheurs en PME affirment que l'engagement des PME dans le développement durable peut être considéré comme un acte entrepreneurial visant la saisie d'une opportunité (Biwolé, Spence, BenBoubaker Gherib, 2008).

En 2012 ,une étude empirique, menée au Canada, en France et en Finlande, d'un échantillon de 101 PME, révèle que les PME démontrant un engagement environnemental fort possèdent des compétences liées à l'innovation et qu'elles consacrent surtout plus de ressources à l'innovation sur les produits et à la recherche et développement (Robichaud, Stocky, Godard Legrand, 2012). Brulhart et Gherra (2012) avancent que la pro-activité environnementale joue

un rôle de médiateur dans la relation entre le management des parties prenantes et la performance économique.

La vision entrepreneuriale de la réalité environnementale au sein de l'entreprise intègre alors mieux les problématiques générées par l'incertitude des effets positifs de l'engagement environnemental sur la performance de l'entreprise; ainsi, elle permet également de mieux comprendre l'hétérogénie des résultats de l'intégration de l'environnement entre les entreprises. Dans cette perspective, Hollandts et Valiorgue (2011) proposent de définir la RSE comme un processus entrepreneurial de conversion de valeurs sociétales en valeur marchande qui s'appuie sur une capacité de conversion propre à chaque entreprise.

L'incapacité de l' approche classique et celle basée sur le développement durable à cerner la réalité environnementale dans le monde de l'entreprise, et au regard des arguments développés ci-dessus, un nouveau courant de chercheurs est en train de se construire et qui propose d'envisager la réalité environnementale par la conception entrepreneuriale et par conséquent la relation entre l'engagement environnemental et la performance d'entreprise comme un processus entrepreneurial incertain dont la finalité est de découvrir des opportunités de marché (Kirzner, 1997). Ce processus entrepreneurial environnemental s'appuie, d'une part, sur la capacité de l'entreprise à découvrir, reconnaitre et exploiter l'opportunité environnementale, et de l'autre part, un contexte sociétal qui réunit des valeurs favorables à l'environnement.

Par rapport au développement de cette nouvelle conception, une question s'impose: jusqu' à quel point le concept de l'entrepreneuriat, et les concepts développés dans le champ de l'entrepreneuriat d'une manière générale, permet d'expliquer le degré de l'engagement environnemental de l'entreprise et de mieux comprendre la réalité environnementale?

2. La réalité environnementale : une lecture fondée sur les paradigmes de l'entrepreneuriat.

La réalité environnementale a fait l'objet de nombreux travaux académiques vu son importance pour les acteurs économiques, l'ensemble des théories qui a été mobilisé, notamment la théorie des parties prenantes, la théorie des ressources et compétences, la théorie néo-institutionnelle et la théorie de dépendance des ressources, a contribué, à travers différents points de vue, à l'approche de cette réalité. Malgré la multiplication des travaux et des approches, des controverses sur les effets de l'intégration de l'environnement continuent. En effet, la complexité de la nature du lien entre les stratégies environnementales et la performance de l'entreprise nous interpelle à proposer une lecture entrepreneuriale pour mieux cerner la réalité environnementale dans le monde de l'entreprise.

Pendant les trois dernières décennies, L'entrepreneuriat a reconnu un engouement indéniable au sein de la communauté des chercheurs en sciences de gestion. D'après Verstraete et Fayolle (2005), l'entrepreneuriat est un domaine de recherche pouvant être qualifié de Pré-paradigmatique qui a dépassé l'émergence, mais semble stagner à l'adolescence. Dans leur article intitulé entrepreneuriat et paradigme, ces deux chercheurs ont synthétisé les quatre paradigmes les plus dominants dans la recherche en entrepreneuriat à savoir:

- paradigme de l'opportunité d'affaires ;

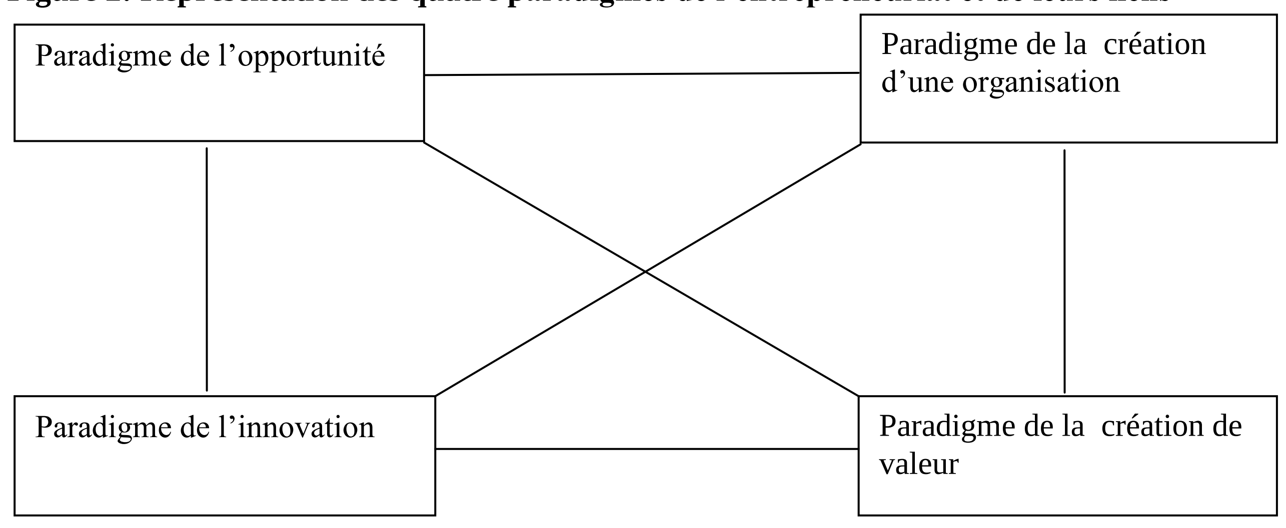
- paradigme de la création d'organisation ;

- paradigme de la création de valeur ;

- paradigme de l'innovation.

La figure suivante illustre les quatre paradigmes et les liens entre eux:

Figure 2: Représentation des quatre paradigmes de l'entrepreneuriat et de leurs liens



Source : Verstraete et Fayolle (2005, p.44)

Nous devons préciser que nous envisageons l'entrepreneuriat au sens large qui ne se limite pas à la création d'entreprise, en nous appuyant sur l'argument de Verstraet (2002) selon lequel une firme établie peut tout à fait démontrer des aptitudes entrepreneuriales.

Berger-Douce (2009) suggère, en se référant à la définition de Julien et Lachance (2006) selon laquelle l'entrepreneuriat est d'abord une création de valeurs collectives, reconnues par les divers acteurs qui partagent les défis et les risques de la novation acceptée par le marché proche, par le milieu et finalement par l'extérieur, que la stratégie sociétale fait partie intégrante de l'entrepreneuriat. Par conséquent, l'engagement environnemental peut s'envisager comme une opportunité, une innovation, une création d'une organisation et/ou de valeur.

2.1 L'environnement comme une opportunité.

Dans la majorité des travaux qui s'inscrivent dans le champ de l'entrepreneuriat, les chercheurs reconnaissent l'opportunité comme le paradigme dominant, sans « opportunité », on ne peut parler d'entrepreneuriat (Bares, Chelly, Levy-tadjine, 2004).

Deux approches de l'opportunité ont été développées dans la littérature, la première relève de la perspective positiviste et voit dans celle-ci une réalité objective que l'entrepreneur doit disposer des capacités et outils qui lui permettent de l'identifier et l'exploiter. Gartner (2003) avance qu'il existe un stock d'opportunités dans l'environnement qui attendent pour que les individus « vigilants » les reconnaissent. Alors que la seconde approche s'inscrit dans une perspective constructiviste, où l'opportunité est une construction sociale naissant des

interactions et des confrontations entre les porteurs du projet d'entreprendre et leur contexte d'évolution (Verstraete, Fayolle, 2005). Dans cette approche, l'opportunité émerge.

Selon Boiral et al. (2005), depuis le début des années 90, une attitude domine la majorité des publications sur la réalité environnementale selon laquelle le milieu naturel est devenu une opportunité profitable aux entreprises en matière de positionnement concurrentiel, de modernisation des procédés, d'amélioration d'image, d'exploitation de nouveau marché, de réduction gaspillage, etc.

Une opportunité n'est exploitée que si elle est perçue comme susceptible de dégager de la valeur au moins pour celui qui l'a identifiée (Verstraete et Fayolle, 2005). Au départ, les chercheurs qui défendent l'intégration de l'environnement dans l'entreprise comme source d'opportunité, justifient leur thèse en avançant que l'engagement environnemental, en l'absence de l'exigence de la communauté, et créateur de valeur pour l'entreprise à travers la réduction du gaspillage des ressources. Mais la multiplication des catastrophes industrielles et écologiques a incité la prise de conscience des consommateurs de la dégradation de l'environnement. En 2001, 18% de la population française citaient l'environnement comme l'un des deux thèmes les plus préoccupants (après la pauvreté), le pourcentage en 1991 était seulement de 12% (Reyes Carrillo, 2007), ce contexte, dans lequel l'environnement est devenu une affaire publique, a favorisé l'émergence de l'hypothèse de Porter selon laquelle l'environnement est source de création de valeur, à la fois, pour le consommateur et directement et/ou indirectement, pour l'entreprise.

Au regard de la vision économique néo-classique, l'entrepreneuriat est conçu comme une solution face aux défaillances du marché et les problèmes environnementaux comme des résultats des imperfections de marché qui génèrent des opportunités environnementales. Dans cette perspective, un processus entrepreneurial est nécessaire pour exploiter ces opportunités et par conséquent, combler les défaillances du marché et rétablir un nouvel équilibre entre l'offre et la demande. Une demande environnementale est en train de se développer grâce à l'émergence du concept du consommateur responsable qui a favorisé la prise en considération par les consommateurs de la dimension environnementale comme une dimension de la qualité des produits ; aujourd'hui la vague environnementale va au-delà d'une contrainte règlementaire pour remettre en cause l'identité même des produits. Ce processus d'interaction entre le producteur et le consommateur offre aux entreprises, en repensant le produit, de nombreuses sources d'opportunité et pistes d'innovation.

Certes, de nos jours, la prise en compte de l'environnement dans la conception et dans le développement des produits ouvre de nouvelles sources d'opportunité (Schneider-Maunoury, 2000 ; Reynaud et Rollet, 2001; Persaix, 2002; Boiral, 2005). Mais, l'identification, la construction et l'exploitation de ces opportunités nécessitent principalement de l'innovation. Verstraete et Fayolle (2005) résument, en illustrant les liens entre les différents paradigmes de l'entrepreneuriat, le lien entre le paradigme de l'innovation et le paradigme de l'opportunité dans les points suivants:

- l'innovation peut correspondre à la construction d'une opportunité mise sur le marché.

- l'innovation peut correspondre à un processus de socialisation d'une nouvelle technique, organisation ou façon de commercer.

- l'innovation favorise la fourniture d'un nouveau produit ou service et l'apparition d'une organisation nouvelle au sein du marché ou du secteur.

2.2 L'environnement et l'innovation.

Schumpeter définit l'innovation comme le moment de la réalisation de nouvelles combinaisons, et il regroupe cinq situations différentes : la fabrication d'un bien nouveau, l'introduction d'une méthode de production nouvelle, l'ouverture d'un débouché nouveau, la conquête d'une nouvelle source de matières premières et la réalisation d'une nouvelle organisation. L'innovation est définie aussi comme la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation dans les pratiques d'organisation du lieu de travail ou des relations extérieures (OCDE, 2005).

L'innovation est présentée dans la littérature comme élément fondamental de l'entrepreneuriat. Schumpeter avance que l'innovation constitue la fonction principale de l'entrepreneur, d'autres chercheurs vont jusqu'au point de distinguer l'entrepreneur et le manager par la capacité de l'innovation.

Les innovations environnementales en général, n'ont fait l'objet que de peu de travaux (Temri, Fort, 2010).Les travaux de la littérature ont évoqué la relation entre l'environnement et l'innovation dans les deux sens ; ainsi la capacité de l'innovation de l'entreprise influence positivement son engagement environnemental et vice versa.

Selon Shrivastava (1995), les technologies environnementales dans le domaine industriel permettent de maîtriser les coûts, de modifier les processus de production et offrent des perspectives de nouveaux produits et de nouveaux marchés verts. En plus, les entreprises utilisant ces technologies peuvent bénéficier d'un certain nombre d'avantages compétitifs potentiels notamment: la réduction des coûts, l'augmentation des revenus par extension du marché, le renforcement des liens avec les fournisseurs, l'amélioration de la qualité, la création d'une stratégie unique et inimitable, la réduction des risques / bénéfices sociaux et sanitaires, l'amélioration de l'image et la mise à l'abri des aléas réglementaires.

Porter et Kramer appellent en 2006, dans un article de la Harvard Business Review intitulé stratégie et société: le lien entre l'avantage concurrentiel et la responsabilité sociale des entreprises, au développement de démarches de RSE plus articulées à la stratégie de l'entreprise et à son offre de valeur, et propose d'analyser les investissements en RSE sous l'angle de la recherche et du développement, invitant à recentrer l'analyse sur la politique d'innovation, les pratiques de conception de produits et l'offre de valeur de l'entreprise.

Dans l'autre sens de la relation entre l'innovation et l'environnement, Bianchi et Noci (1998) avancent que la mise en œuvre d'une stratégie environnementale proactive favorise l'émergence d'innovations de natures différentes.

Pour approfondir cette relation, certains chercheurs se sont penchés sur les variables médiatrices. Pavelin et Porter (2007) ont tenté de relier la performance des innovations, en termes de responsabilité sociale, à différentes variables. Ils identifient ainsi les facteurs secteur, taille de l'entreprise, importance des contraintes générées par la réglementation, type d'innovation, et sources des informations comme des variables ayant une incidence sur cette performance. Ainsi Labelle (2008), dans le cadre des recherches consacrées à la PME,

avance que si le succès de l'innovation en lien avec développement durable dans les PME passe par la motivation et l'engagement du dirigeant, la maîtrise des processus d'innovation est tout aussi déterminante.

En relation avec les autres paradigmes de l'entrepreneuriat, l'innovation, en toutes ses formes, joue un rôle primordial en matière d'identification, de développement et d'exploitation des opportunités environnementales, Verstraete et Fayolle (2005) ajoutent que lorsque la valeur apportée est importante, une innovation en est souvent à l'origine, qu'elle soit organisationnelle, technique ou commerciale.

2.3 L'environnement et création de la valeur

La naissance du mouvement consumériste aux États-Unis et son extension au pays d'Europe s'est accompagnées d'actions réglementaires et juridiques et de production de nouvelles connaissances scientifiques qui ont interrogé les chercheurs en sciences de gestion à repenser l'interface entreprise/société, Acquier (2008) s'interpelle par rapport à la manière dont se cotransforment des attentes sociales et l'identité des produits de l'entreprise, c'est-à-dire leurs coûts, modes de production et formes de valorisation, et pose la question : par quels processus de nouvelles valeurs sociales sont-elles intégrées au jeu économique?.

La notion de valeur peut être appréhendée à travers trois perspectives (Acquier, 2008):

- une perspective sociale, où la valeur désigne un ensemble de croyances stables, transmises par un processus de socialisation, et intériorisées par l'individu, influençant ses jugements et ses actions.

- une perspective économique, où la valeur désigne l'utilité marginale qu'un produit ou service confère à un individu, en fonction de ses préférences individuelles, dans le champ de l'économie le concept de création de valeur renvoie au processus de destruction créatrice poursuivi par les acteurs économiques pour créer de la richesse.

- dans la perspective du management stratégique, le concept de la chaine de valeur de Porter (1995) constitue le principal apport de la littérature consacrée à ce champ: la mission de la stratégie est définie comme la création de valeur dans le cadre de son périmètre d'activité, c'est-à-dire de configurer ses activités et ses produits de sorte que les clients acceptent durablement de payer un prix supérieur aux coûts de production des produits (Porter 1995).

Aujourd'hui, les marchés des capitaux font des pressions sur les entreprises pour générer des profits à court terme, et certaines entreprises continuent à récolter des profits au détriment des besoins de la société ; mais, ces bénéfices vont souvent se révéler être de courte durée, le fossé traditionnel entre les préoccupations économiques et les préoccupations sociales et environnementales donc persiste, et beaucoup de possibilités et opportunités ne seront pas atteintes, ces conditions réclament une approche élargie et renouvelée de la création de valeur.

Acquiert propose, en 2008, d'appréhender le développement durable sous l'angle d'un processus de transformation de la valeur dans la mesure où une telle approche permet de dépasser les dissonances qui existent entre des valeurs sociales (relative à l'intérêt public, le respect des générations futures) et des valeurs économiques et stratégiques et réussir la cohérence entre les différentes dimensions de la valeur.

En 2011, Porter et Kramer ont publié un article sur la création de la valeur partagée pour la conception d'une approche renouvelée de la création de valeur ; ils présentent cette approche comme une nouvelle phase dans l'évolution du capitalisme. La multitude des facteurs, comme la croissance de la conscience sociale des salariés et des citoyens et la raréfaction des ressources naturelles, conduit sans précédent aux opportunités de création de valeur partagée. Selon eux, cette conception de l'environnement va concentrer les entreprises sur un profit durable qui crée des avantages pour la société. C'est une approche qui n'a rien de philanthropique ; elle représente un comportement égoïste de la part de l'entreprise qui consiste à créer de la valeur économique par la création de valeur sociétale, en effet, la création de valeur partagée est une conception plus large de la main invisible d'Adam Smith selon laquelle la poursuite de l'intérêt individuel permet automatiquement l'atteinte de l'intérêt collectif.

Porter et Kramer présentent l'approche de la valeur partagée comme une approche qui va au-delà de la vision étroite du capitalisme qui a dominé les approches existantes de la responsabilité sociale et environnementale des entreprises. C'est une perspective conceptuelle qui s'oriente vers une évolution du modèle capitaliste pour reconnaitre de nouvelles et meilleures façons de développer des produits, servir les marchés et créer des entreprises productives. Cependant, un nouvel esprit entrepreneurial est nécessaire pour concevoir et mettre en œuvre ces nouveaux modèles de valeurs partagées.

2.4 L'environnement et la création d'une organisation.

L'exploitation d'une opportunité d'affaires, afin de créer de la valeur pour les différentes parties prenantes, exige, d'une façon ou d'une autre, de s'organiser. Dans sa thèse, Verstraete (2003) indique que l'entrepreneuriat est vu comme un phénomène conduisant à la création d'une organisation impulsée par un ou plusieurs individus s'étant associés pour l'occasion.

Certes, les pressions réglementaires et institutionnelles, auxquelles les organisations peuvent difficilement soustraire sans remette en cause leur légitimité, ont interrogé les entreprises sur la question de la gestion environnementale, c'est dans cette perspective que s'est développé un système de management environnemental(SME), qui se réfère aux normes environnementales et qui emprunte de nombreuses règles à la qualité. Reverdy (2005) avance qu'une partie de la mise en place d'un SME consiste simplement à étendre à la protection de l'environnement, les dispositifs de management de la qualité déjà utilisés par l'entreprise : procédures, tableaux de bord, comptes rendus d'incident, groupes de résolution de problème. Wilmshurst et Frost (2001), définissent le SME comme étant une partie du système de management général qui inclut une structure organisationnelle, des activités planifiées, des responsables, des pratiques, des procédures, des ressources pour développer, implémenter, achever, réviser et maintenir une politique environnementale.

La norme 14 001 se présente aujourd'hui comme un référentiel de base dans le domaine de management environnemental ; son adoption offre plusieurs avantages, il permet de structurer les préoccupations vertes au sein de l'organisation à partir d'un cadre de référence éprouvé. Selon Hart (1995) la contrainte environnementale va être de plus en plus forte, vu la rareté progressive des ressources. Les entreprises qui auront intégré la problématique bénéficieront d'un avantage organisationnel inimitable.

La recherche académique a souligné l'importance de la capacité d'innovation des organisations pour modifier les processus de production dans l'objectif de réduire les gaspillages et les rejets, et donc la pollution (Porter et van der Linde 1995). Ainsi, sur le plan des ressources humaines, l'exploitation de l'opportunité environnementale nécessite des compétences à déployer, un important effort de formation des managers opérationnels aux problématiques environnementales et des managers environnementaux aux problématiques.

D'une manière générale les chercheurs qui ont étudié la dimension organisationnelle de l'intégration de l'environnement, ont mobilisé la théorie des ressources et des compétences pour montrer que les capacités organisationnelles dynamiques permettent à l'entreprise de tirer un avantage concurrentiel solide de la stratégie environnementale.

3. Les principaux déterminants de « l'entrepreneurialité » de l'environnement.

Le regard qui a été apporté par les différents paradigmes à la réalité environnementale rend clair que le processus entrepreneurial, d'identification, de construction d'opportunités environnementales, de création d'une organisation pour l'exploiter, d'innovation et de création de la valeur, explique en grande partie l'intégration de l'environnement dans le monde de l'entreprise.

Mais le fait que le titre «environnement: entre opportunité et contrainte» existe encore chez les praticiens et les théoriciens nous interroge sur un niveau de réflexion plus profond. En effet, une question s'impose : quels sont les facteurs internes et externes à l'entreprise qui incitent l'entrepreneuriat environnemental ?

Nous visons par les déterminants de «l'entrepreneurialité » de l'environnement, les facteurs qui favorisent une conception entrepreneuriale de l'environnement de la part de l'entreprise, et par conséquent déclenchent et accompagnent le processus entrepreneurial vert.

3.1 Le profil du dirigeant.

Les dirigeants arborent des comportements et attitudes envers l'environnement très varié allant de l'indifférence totale à l'engagement complet. La littérature distingue plusieurs catégories de comportement et niveau d'engagement face à l'environnement.

La classification de Bellini (2003) identifie trois comportements durables dominants : l'éco-défense, l'éco-conformité et l'éco-sensibilité.

- L'éco-défense, ce comportement conduit à penser les investissements écologiques et sociaux comme des coûts inutiles,
- L'éco-conforme, les entreprises cherchent à travers ce comportement à minimiser les risques et les investissements en respectant au minimum les normes légales.
- L'éco-sensible, les entreprises, qui s'inscrivent dans cette classification, perçoivent les investissements écologiques et sociaux comme rentables à plus ou moins longue échéance.

Martinet et Reynaud (2004), de leur part, identifient trois types d'attitudes stratégiques:

- Une attitude attentiste relative à l'absence de volonté de s'impliquer de la part du dirigeant ou, de manière plus pragmatique, à l'insuffisance des ressources disponibles (humaines, financières) ;
- Une attitude adaptative visant à se conformer à la législation, ou à devancer les attentes futures du marché par une offre « responsable » ;
- Une attitude proactive ayant pour ambition de jouer un rôle de pionnier (d'innovateur) au sein d'un secteur d'activité.

Le rôle du profil du dirigeant dans ces différents degrés d'engagement environnemental est reconnu à plusieurs reprises. Raynaud (2008) avance que l'implication du PDG ou des autres managers paraît être une étape incontournable à la prise en compte de la responsabilité environnementale par l'entreprise.

La relation entre le profil du dirigeant et l'engagement environnemental de l'entreprise est plus visible dans le cadre des PME, pour Laufer (1975), il existe une interaction entre la personnalité de l'entrepreneur, les conditions de développement de son entreprise et sa façon de gérer la firme ; bien plus que cela, Jaouen (2008) a signalé qu'il n'est plus à démontrer que les aspirations personnelles du dirigeant de PME ont une forte influence sur l'élaboration de la stratégie d'entreprise.

Dans le même ordre d'idée, plusieurs chercheurs plaident pour l'existence d'une relation entre les caractéristiques personnelles des dirigeants de PME et le degré d'implication environnementale et sociale, Gond et Igalens (2008) indiquent que la RSE dans les PME est très dépendante de la personnalité et des convictions du dirigeant, Quin (1997) a mis en évidence le lien entre l'éthique personnelle du dirigeant et les attitudes adoptées face à des problèmes d'ordre éthique dans son entreprise, Smith et Oakley (1994) ont montré l'existence d'une relation positive entre l'âge et l'éthique des dirigeants de PME. Concernant le genre, Alan et Alan (2001) ont conclu que les femmes étaient significativement plus éthiques que les hommes.

Il est clair que les caractéristiques personnelles du dirigeant (éthique, âge, genre …) influencent son engagement environnemental ; mais, c'est l'aspect entrepreneur du dirigeant qui est le plus pertinent pour déterminer « l'entrepreneurialité» de l'environnement.

Ce n'est pas tout dirigeant entrepreneur. Chapellier (1997) associe l'entrepreneur à celui qui assume le risque lié à l'incertitude des résultats qui suppose une grande confiance en soi, de l'enthousiasme et de la ténacité, le refus de la routine et des contraintes, alors que Schumpeter (1934) associe l'entrepreneur à l'innovation et indique que l'entrepreneur est celui qui initie de nouvelles combinaisons productives et qui met en valeur économique, au sein de l'organisation, une invention scientifique ou technique.

Par conséquent, le profil entrepreneurial du dirigeant joue un rôle déterminant dans le déclenchement du processus entrepreneurial environnemental, sa capacité, à identifier et développer des opportunités environnementales, à prendre le risque lié aux résultats des actions environnementales afin de créer la valeur, favorise une vision entrepreneuriale de l'entreprise envers l'environnement. Le passage de la PME à la grande relève le niveau de réflexion du profil du dirigeant à l'entreprise toute entière, l'effet du profil du dirigeant atténue avec l'augmentation de la taille. En effet, « l'entrepreneurialité» interroge en plus du profil du dirigeant, l'aspect entrepreneurial de toute l'organisation.

3.2 La taille de l'entreprise.

Les travaux sur l'engagement des entreprises, qui font référence à la taille comme facteur déterminant, distinguent entre les PME et les grandes entreprises.

Les recherches consacrées aux PME relèvent de nombreux obstacles à l'engagement environnemental. Le manque de ressources humaines et financières est présenté comme l'obstacle majeur à l'engagement environnemental des PME (Gunningham et al. 1997 ; Rutherfoord et al. 2000). Ainsi, l'intégration de l'environnement dans les préoccupations est perçue par plusieurs PME comme un synonyme de coûts supplémentaires. D'autres entraves trouvent leurs sources dans le courant de la spécificité de la PME, notamment la vision court-termiste de l'économie, la difficulté à établir des plans stratégiques, le déficit chronique d'informations, précisément les informations réglementaires à cause d'un système d'information traditionnel et une expertise technique limitée à cause de qualification des ressources humaines.

La prise de conscience de l'importance de l'environnement de la part des PME est en croissance. Roy et Berger-Douce et Audet (2008) affirmant dans leur étude que 86% des 434 dirigeants de PME interrogés en France considèrent le management environnemental comme une de leurs principales préoccupations.

Une étude faite en 2012, portant sur un échantillon de 101 entreprises dans trois pays: Canada, France et Finlande, indique que les PME démontrant un engagement environnemental élevé consacrent plus d'efforts aux activités de communication avec les agences gouvernementales, les associations industrielles et les consultants. Selon la même étude, le manque de sensibilisation et de connaissances de la part des dirigeants est l'obstacle majeur qui différencie le plus les PME à faible engagement environnemental de celles à fort engagement environnemental (Robichaud et al., 2012).

En plus des ressources financières et humaines de l'entreprise, « l'entrepreneurialité » de l'environnement interroge l'aspect entrepreneurial de l'organisation. L'entrepreneuriat organisationnel est conçu comme le passage d'une logique managériale à un style entrepreneurial ouvert à la créativité, l'innovation, la prise de risque et à la pro-activité (Verstraete, 2002). C'est le point de vue entrepreneurial de l'effet taille qui est le plus visé dans « l'entrepreneurialité» de l'environnement.

L'entrepreneuriat(ou l'intrapreneuriat) au sein de la grande entreprise est vu souvent comme un mariage du feu et de l'eau (Verstraete, 2002), la bureaucratisation et le formalisme sont présentés comme principales entraves aux initiatives entrepreneuriales. Par contre, la PME est dotée d'un ensemble de caractéristiques organisationnelles propres comme la flexibilité, l'absence de procédures, de planification et de programmation stratégique qui favorisent un climat entrepreneurial ouvert aux nouvelles opportunités en général et aux opportunités environnementales en particulier ; mais, la poursuite des stratégies entrepreneuriales de la part des grandes entreprises peut remettre en cause ce déterminisme entrepreneurial lié à la taille. En effet, ces entités peuvent établir des stratégies basées sur l'identification des opportunités, sur l'innovation et orientées vers la création de valeur. En plus, l'interaction de l'organisation avec un contexte favorable permet de nourrir son aspect entrepreneurial et par conséquent favoriser le déclenchement du processus entrepreneurial vert.

3.3 Le contexte sociétal.

Après la publication du rapport Brundtland, le concept de développement durable s'est beaucoup diffusé dans les instances internationales. Mais la sensibilité écologique ou sociale varie beaucoup d'un pays à un autre. Si elle domine dans certains pays, elle est quasi absente dans d'autres (Raynaud, 2008).

La réalité environnementale interroge l'interface entre l'entreprise et la société. Certes, la capacité des entreprises à gérer les problèmes environnementaux joue un rôle important, mais les actions de l'entreprise restent en grande partie conditionnées par une valorisation de la société.

Les valeurs influencent significativement la façon dont les Hommes et donc les dirigeants se représentent le monde (Reynaud, 2008). L'attitude positive envers l'environnement dépend des valeurs des individus qui sont encastrés dans la culture de leur pays. En relation avec les valeurs, l'entreprise et la société, Reynaud (2008) avance que les valeurs des entreprises se propagent au sein de la société à moins que les entreprises soient simplement le reflet des valeurs des habitants.

Les recherches comparatives sur l'intégration de l'environnement par des entreprises appartenant aux différents pays se réfèrent généralement aux différences culturelles. En France et en Allemagne, la plus grande prise en compte des normes morales répond à une attente des clients (Reynaud, 2008). En revanche aux États-Unis, la mise en place de normes éthiques est davantage guidée par des valeurs philanthropiques (Maignan, Ralston, 2002) ou religieuses (Egri, Ralston, 2004).

Dans le contexte des pays en voie de développement où l'accent est mis plus sur la croissance économique et les questions urgentes comme le chômage, le souci environnemental prend peu d'attention de la part des citoyens et pouvoirs publics, et les consommateurs responsables se constituent à peine. En effet, l'intégration de l'environnement dans les entreprises est très limitée. Mais, certains auteurs croient en une convergence des attitudes et des comportements à moyen terme du fait de la mondialisation (Chatterjee, Pearson, 2000).

Le rapport de l'OCDE (2012) indique que les répercussions économiques et sociales potentielles de la dégradation de l'environnement sont particulièrement importantes pour les pays en développement, vu leurs vulnérabilités au changement climatique, et la dépendance de leurs économies aux ressources naturelles par rapport aux économies avancées. Par conséquent, de nombreux pays en développement seront confrontés à de graves menaces économiques, sociales et écologiques, comme l'insécurité énergétique, alimentaire et hydrique, le changement climatique et les risques météorologiques extrêmes ; en ce sens, les pays en développement sont appelés à jouer un rôle essentiel dans la concrétisation de la croissance verte à l'échelle mondiale.

Quant au contexte marocain, comme exemple des pays en voie de développement, ses accords de libre-échange avec l'Union européenne ont créé un contexte institutionnel porteur pour le rapprochement des normes sociales et environnementales. Ce choix de convergence avec l'Union européenne, principal partenaire économique, a été renforcé par un certain nombre de réformes juridiques et institutionnelles afin de promouvoir le développement durable au

Maroc. Dans ce sens, une Charte nationale de l'Environnement et du Développement durable a vu le jour, grâce aux directives de Sa Majesté le roi Mohamed VI, lors de son discours du Trône du 30 Juillet 2009. En 2012, un projet de loi-cadre n° 99-12 portant sur la charte nationale de l'environnement et du développement durable a été proposé par le gouvernement marocain dans la perspective d'intégrer la protection de l'environnement et du développement durable dans l'ensemble des politiques, stratégies et plans d'action nationaux, régionaux et sectoriels.

Toutefois, et malgré les différents efforts fournis, l'intégration des normes sociales et environnementales dans les systèmes de management des entreprises marocaines reste problématique (Louitri, Hattabou, 2011). Ainsi, depuis la création du label RSE de la CGEM en septembre 2006 et jusqu'en mars 2010, seulement près de 30 entreprises, opérant dans différents secteurs d'activité et de taille petite ou moyenne, ont été labellisées (Louitri, Hattabou, 2011).

D'après Reynaud (2008), les pays émergents font de la croissance généralement en dépit d'éventuelles conséquences environnementales ou sociales. Même si des caractéristiques contextuelles similaires peuvent apparaître entre ces pays, cela n'empêche pas l'existence des spécificités de chaque contexte. Les niveaux de développement, les politiques publiques, les systèmes juridiques, les cultures sociétales et les cultures entrepreneuriales interagissent pour constituer un climat global qui valorise les actions entretenues dans le cadre de l'entrepreneuriat environnemental.

Conclusion.

La problématique des relations entre les entreprises et l'environnement est présentée dans la littérature comme un domaine controversé, les discussions et les affrontements entre les chercheurs n'ont pas cessé sans que puisse se dégager une ligne de conduite acceptée de manière consensuelle. Le débat oppose les tenants de l'idée selon laquelle l'entreprise doit se consacrer avant tout aux responsabilités économiques vis-à-vis de ses propriétaires et ceux qui considèrent que les défis auxquels la planète est confrontée impliquent un engagement très fort des entreprises en matière environnementale. Cette polémique a favorisé l'émergence d'un nouveau courant de chercheurs qui conçoit l'environnement comme processus entrepreneurial.

Les travaux sur la réalité environnementale au sein des entreprises montrent que l'intégration de l'environnement est une affaire risquée, dont les résultats sont incertains, qui demande un processus entrepreneurial réussi impliquant un dirigeant qui vise l'exploitation d'une opportunité environnementale en se basant sur une capacité d'innovation sur tous les niveaux (technique, organisationnelle, commerciale) et qui s'oriente vers la création de valeur. Ainsi, les valeurs sociétales et les variables socioéconomiques interviennent comme éléments déclenchant, conditionnant et accompagnant ce phénomène entrepreneurial vert.

L'accroissement des pouvoirs des grandes entreprises et des entreprises multinationales, à travers les actions de lobbying, a remis en cause la solution réglementaire et législative pour résoudre la problématique environnementale. En effet, la perspective de l'entrepreneuriat environnemental s'offre pour accompagner la transformation du souci environnemental, qui constitue le problème majeur de l'histoire contemporaine, à une affaire d'entreprise.

La conception entrepreneuriale de l'environnement nous a permis de proposer un continuum qui illustre les différents niveaux d'intégration de l'environnement à travers la capacité de l'entreprise à déclencher et réussir un processus entrepreneurial vert risqué qui va conditionner le passage d'une conception de l'environnement comme source de coût et qui a un effet négatif sur la compétitivité, à une conception où l'environnement est source de profit, de création de valeur et de performance. En effet, les principaux éléments qui interviennent dans la réussite de ce processus sont : un profil entrepreneurial du dirigeant associé à la prise du risque, à la pro-activité et à l'opportunisme, des ressources financières, humaines, technologiques et un aspect entrepreneurial de l'organisation en question sont aussi nécessaires pour l'exploitation de l'opportunité environnementale, et en dernier lieu un contexte sociétal favorable. L'interaction entre ces différents éléments internes et externes à l'entreprise influence le déclenchement et l'intensité du processus et explique le passage de la borne où l'environnement constitue une source de coût supplémentaire à la borne où l'environnement crée de la valeur et impacte positivement la performance.

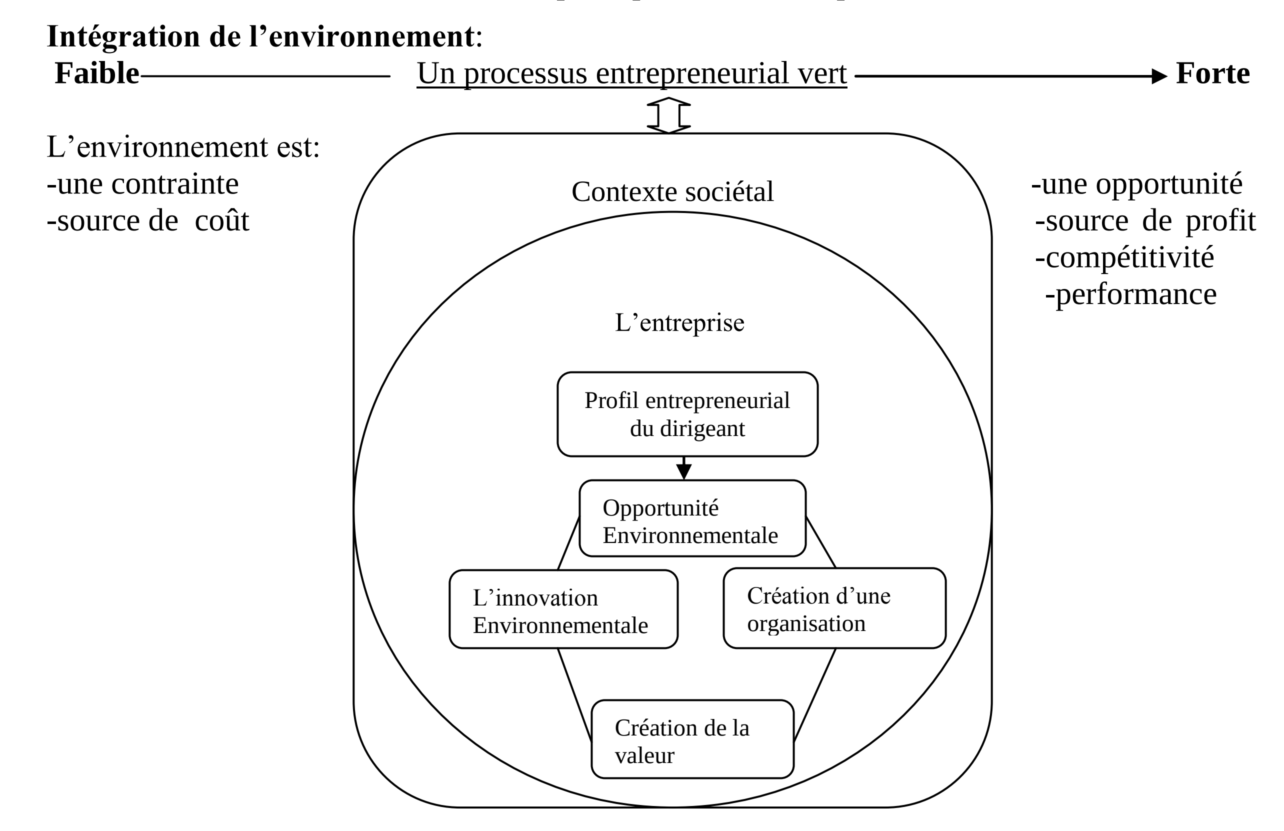


Figure 3 : le continuum d'intégration de l'environnement au sein de l'entreprise.

Au regard de la littérature disponible, beaucoup de théories sont mobilisées pour expliquer et comprendre la réalité environnementale, mais le fait que les controverses persistent encore légitime la proposition de cette conception entrepreneuriale afin de contribuer à dépasser les controverses théoriques actuelles. Cette approche implique plusieurs pistes et questions de recherche, vu que l'objet ultime de notre communication est de mettre la lumière sur l'importance de cette lecture entrepreneuriale. Par conséquent, chaque point évoqué peut faire l'objet d'un approfondissement dans des études théoriques et empiriques ultérieures.

Le continuum proposé semble pertinent pour cerner le degré d'engagement environnemental des entreprises, et permet de surmonter, en partie, les limites du cadre théorique traditionnel.

Ce nouveau paradigme ne prétend pas substituer les autres, car la nécessité d'une approche multi-paradigmatique est encore réclamée par les chercheurs (Boubaker Gherib et al.2008). Centrée sur la relation entre l'engagement environnemental et la performance, notre communication présente comme principale limite la marginalisation de la conception d'éthique d'affaires et les différents enjeux qu'elle implique.

Références bibliographiques.

Acquier A. (2008), « Développement durable et management stratégique: piloter un processus de transformation de la valeur », in Actes de la 17e Conférence Internationale de Management Stratégique, Association Internationale de Management Stratégique (AIMS), 2008, 28-31 mai, Nice.

Acquier A., Daudigeos T., Valiorgue B. (2010), « Que peut nous apprendre le courant de la Corporate Social Responsiveness sur les démarches de développement durable des entreprises contemporaines ?». https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00526742/document

Alan K.M. AU, Alan C.B. TSE (2001), «Marketing ethics and behavioral predisposition of Chinese managers of SMEs in Hong Kong: Global perspective», Journal of Small Business Management, vol. 39, n° 3, p. 272-278.

Anderson, A. (1998), «Cultivating the garden of eden: Environmental Entrepreneuring», Journal of Organizational Change Management», 11(2), p. 135-144.

Bares. F, Chelly.A, Levy-Tadjine.T, (2004), «La création et le développement d'opportunités: vers une relecture du rôle de l'accompagnement en entrepreneuriat. 4ème colloque « Métamorphose des Organisations: Logiques de création ». Nancy- 21-22 Octobre 2004.

Becker, R. A. et R. J. Shadbegian (2008), « The Green industry – An examination of Environmental products Manufacturing », Center for Economic Studies Discussion Paper 08-34, US Census Bureau,Washington.

Bellini B. (2003), « Un nouvel enjeu stratégique pour l'entreprise : la prise en compte de la protection de l'environnement dans son management, Etat des lieux et perspectives », XIIème Conférence de l'AIMS.

Ben Boubaker Gherib, J., Spence, M., Ondoua Biwolé, V. (2008), « Développement durable et PME dans les pays émergents : entre pro-activité, opportunisme et compromis», Journal of Small Business and Entrepreneurship, 22(2), pp. 275–295.

Berger-Douce, S. (2006), « Les enjeux stratégiques de l'engagement environnemental des petites entreprises», Gestion 2000, janvier-février, 171-188.

Berger-Douce, S. (2007), « Le management environnemental des PME rentables: Une étude exploratoire en France», Revue internationale PME, 20 : 3-4, 165-190.

Berger-Douce, S. 2009, « Profil de créateur et stratégie sociétale», Communication lors de la 18ème conférence de l'AIMS 2009 (Grenoble).

Biwolé V.O, Spence M., Ben Boubaker Gherib .J (2008), « Stratégies de développement durable dans les PME: Une étude exploratoire auprès des PME camerounaises », 9 ième CIFEPME - Louvain-la-Neuve.

Boiral, O. (2005), « Concilier environnement et compétitivité, ou la quête de l'éco-efficience, Revue Française de Gestion, vol. 31, no. 158, p. 163-186.

Boiral, O. (2006), «La certification ISO 14001: une perspective néo-institutionnelle», Management International, vol. 10, no. 3, p. 67-79.

Bres L, Rauff E. Fillion L .G. (2011), « développement durable et entrepreneuriat » ; Colloque de l'Association des Sciences Administratives du Canada/Administrative Sciences Association of Canada (ASAC), Université du Québec à Montréal (UQAM), 2-5 juillet 2011.

Brulhar, F. (2012), « Orientation parties prenantes, pro-activité environnementale et rentabilité : une approche spécifique du lien entre performance sociale et performance économique», AIMS.

Chatterjee S.R., Pearson CAL (2000), « Indian managers in transition: orientations, work, goals, values and ethics », Management International Review, 40, 1, p 81-95.

Gartner W.B. (1990), «What are we talking about when we talk about entrepreneurship?», Journal of Business Venturing, 5, 15-28.

Gartner W.B. (1988), «Who is an entrepreneur?" is the wrong question», American Journal of Small Business, 12, 4, 11-31.

Hart S. L. (1995), «A natural-Resource-Based View of the Firm». The Academy of Management Review. 20 (4) : 986-1014.

Hattabou A. et LOUITRI A. (2011), « Développement durable et management des PME : une analyse en termes de proximité. Illustration par un cas du secteur Textile-Habillement », revue de Management & Avenir, N° 43, Avril, p. 122- 142.

Hollandts X., Valiorgue B. (2011), « La responsabilité sociale de l'entreprise comme processus entrepreneurial de conversion de valeurs sociales en valeur marchande: un examen empirique du lien entre engagements sociétaux et performance économique des entreprises françaises cotées entre 1999 et 2009», cahier de recherche, centre d'études et de recherches (groupe Cermont).

Julien P-A. et Marchesnay M. (1996), L'entreprenariat, Economica.

Kirzner I. M. (1997), «Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach», Journal of Economic Literature, 35, 1, 60-85.

Labelle F. (2008), «Le développement durable, un catalyseur de la capacité dynamique d'innovation en milieu PME», AIMS.

Laufer J. (1975), «Comment devient-on entrepreneur ?», Revue Française de Gestion, novembre, p.11-26, 1975.

Maignan I. Ralston D. (2002), «Corporate social responsability in Europe and the US: Insights from businessesself-presentations», Journal of International Business Studies, 33: 497–515.

McWilliams A., Siegel D., (2001), «Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective », Academy of Management Review, 26, pp. 117–127.

Messeghem, K. (2001), « Peut-on concilier logiques managériales et entrepreneuriale en PME», XièmeConférencede, l'AIMS.

OCDE (2011), « Mesurer l'entrepreneuriat vert », dans Panorama de l'entrepreneuriat 2011. http://www.oecdilibrary.org/docserver/download/3011022ec004.pdf?expires=1515618206&id=id&accname=guest&checksum=E367C70CCF82307655FF1A4E63F7BEB4.

Pavelin S., Porter L.A. (2007), «The corporate social performance content of innovation in the U.K. », Journal of Business Ethics, vol. 80, n°4, pp. 711-725.

Persaix E. (2002), «L'écologie comme atout stratégique: une validation de l'approche ressources par la méthode PLS », Finance Contrôle Stratégie, vol. 5, n° 3, pp. 195-230.

Porter M.E., van der Linde C. (1995), «Green and Competitive: Ending the Stalemate», Harvard Business Review. sept-oct : 120-134.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006), «Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility», Harvard Business Review, 84(12): 78 – 92.

Porter, E.M. and R.M. Kramer. (2011), «The Big Idea: Creating Shared Value - How to reinvent capitalism - and unleash a wave of innovation and growth». Harvard Business Review Jan-Feb: 1-17.

Quinn J. (1997), «Personal ethics and business ethics: the ethical attitudes of owners/managers of small business», Journal of Business Ethics, vol.16, p.119-127.

Reverdy T. (2005), « Management environnemental et dynamique d'apprentissage », revue française de gestion, 2005.

Reynaud E. et Rollet A. (2001), « Les compétences centrales " environnement " comme source d'avantages concurrentiels et de légitimité », in Martinet A.C., Thiétart R.A., Management stratégique : actualités et futurs de la recherche, Vuibert, Paris, pp. 303-324.

Reynaud E. (2008), « les déterminants du comportement responsable : une comparaison internationale a grand echelle», AIMS.

Reyes Carrillo T., (2007), « l'eco-conception dans les pme : les mécanismes du cheval de Troie méthodologique et du choix de trajectoires comme vecteurs d'intégration de l'environnement en conception », (thèse génie industriel).

Robichaud Y., Stocky C., Legrand N., godard C. (2012), « Les facteurs explicatifs de l'engagement environnemental des PME dans le secteur de l'agroalimentaire : une étude comparative Canada-France-Finlande », AIMS.

Schneider-Maunoury G. (2000), «Des petites entreprises très vertes», L'Expansion Management Review, mars, pp. 77-83.

Shrivastava P. (1995), «Environmental technologies and competitive advantage », Strategic Management Journal, vol.16, pp. 183-200.

Spence, M., Ben Boubaker Gherib, J., Ondoua, B., (2007), «Développement durable et PME : Une étude exploratoire des déterminants de leur engagement », Revue internationale des PME, 20(3-4): 17-42.

Smith P.L., Oakley E.F., (1994), « A study of ethical value of metropolitan and non metropolitan small business owners », Journal of Small Business Management, October, p.17-27.

Stevenson, H. H. and J. C. Jarillo (1990). « A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management », Strategic Management Journal, 11, pp. 17-27.

Temri L., Fort F., (2010), « processus d'innovation environnementale dans les PME .agroalimentaires», (http://www.cairn.info).

Verstraete T., (2001), « Entrepreneuriat: modélisation du phénomène », Revue de l'Entrepreneuriat, 1, 1.

Verstraete. T, (2002), « essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche»,ADREG, (http://www.editions-adreg.net).

Verstraete T., Fayolle A. (2005), « Paradigmes et entrepreneuriat » Revue de l'Entrepreneuriat, vol 4, n°1.

Verstraete. T,(2003), Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat:PhE=f[(CxSxP) ⊏ (ExO)], Edition de l'ADREG, Décembre 2003(http://www.editions-adreg.net).

Volery, T. (2002), « Ecopreneurship: Rationale, current issues and future challenges », in Actes de la conférence qui s'est déroulée lors des Rencontres de l'université de St-Gall.

Wilmshurt T. D., Frost G.R. (2001), «The role of accounting and the accountant in the environmental management system», Business Strategy and the Environment. 10: 135-147.